

ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ МОЛОДЕЖИ НА ЗАНЯТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ

Бахтин Е. Л.

*Студент (магистр),
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург, Россия
zhenia357@mail.ru*

FACTORS OF YOUTH MOTIVATION FOR BUSINESS ENTREPRENEURSHIP

Bakhtin E.

*Student (master),
Ural Federal University
the name of the first President of Russia BN Yeltsin,
Yekaterinburg, Russia
zhenia357@mail.ru*

Аннотация

Настоящая статья призвана выявить факторы, которые мотивируют потенциальных предпринимателей в начале их деловой деятельности, и определить барьеры, которые мешают потенциальным предпринимателям в создании собственного бизнеса. Респонденты признали три основных фактора, которые мотивируют людей к началу собственной предпринимательской деятельности: самореализация и самосовершенствование, возможность более высокого заработка и независимость при принятии решений. Среди барьеров, которые препятствуют началу собственного бизнеса, респонденты ссылались на отсутствие опыта, отсутствие капитала и риск неудачи. Не было никакой разницы между женщинами и мужчинами в отношении мотивов и барьеров.

Annotation

This paper aims to recognise the factors that motivate potential entrepreneurs in the commencement of one's own business activity and to determine factors that hamper potential entrepreneurs in starting up their own businesses. Respondents recognised three main factors that motivate people to the commencement of one's own business activity: self-realisation and self-satisfaction, the possibility of higher earnings and independence in decision-making. Among the factors that hamper the commencement of one's own business, respondents cited lack of experience, lack of capital and risk of failure. There was no difference between women and men with regard to motives and barriers.

Ключевые слова: предпринимательское поведение; мотивирующие факторы; барьеры; предпринимательство; стартап; студенты

Key words: entrepreneurial behavior; motivating factors; barriers; entrepreneurship; start up; students

Предпринимательство имеет много определений, но с точки зрения потенциального предпринимателя (человека, который планирует начало собственного бизнеса в ближайшем будущем), особенно важны два определения: предпринимательство как стремление начать собственное дело, а также выживание на рынке при активном ведении бизнес-активности.

Актуальность данного исследования вытекает из следующих аргументов.

Во-первых, многочисленные исследования показывают, что предпринимательство ведет к развитию предприятий и способствует созданию товаров и услуг. Малый и средний бизнес создают до четверти рабочих мест в экономике, являются драйверами инноваций и технического прогресса, а также могут влиять на экономический рост страны в целом.

Во-вторых, в сфере малого и среднего бизнеса заняты в среднем по стране 25% рабочего населения, в тоже время по Европе этот показатель в среднем превышает 50%.

В-третьих, согласно показателям статистики за последние годы, количество новых субъектов малого и среднего бизнеса появляющиеся за один календарный год совсем немного превышает количество закрывающихся субъектов. То есть мало какие фирмы продолжают своё существование в течение длительного времени.

В данном исследовании были поставлены две основные задачи:

- Узнать какие факторы мотивируют людей начать свою предпринимательскую деятельность?
- Узнать какие факторы мешают людям начать свою предпринимательскую деятельность?

Принимая во внимание всё вышесказанное, мы предполагаем, что это исследование должно быть нацелено на выявление мотивов и барьеров, которые мешают или стимулируют молодых людей начать своё дело.

Малый и средний бизнес (МСБ) является необходимым и важным компонентом каждой развитой хозяйственной системы. Современный активно развивающийся малый бизнес обеспечивает поддержание конкурентных начал в экономике, что в свою очередь способствует созданию новых (более эффективных и высокопроизводительных) рабочих мест.

Стабильное развитие МСБ в долгосрочной перспективе подразумевает существенную государственную поддержку, в первую очередь малых и средних инновационных предприятий, и соответствующих инфраструктурных объектов - кластеров, бизнес-инкубаторов, технопарков, научных парков, венчурных фондов, гарантийных фондов, фондов прямых инвестиций, выраженную в виде инвестиционных программ, проектов, комплексной кредитной и налоговой политики.

Малый и средний бизнес в Российской Федерации, будучи новым экономическим явлением 30 лет назад, в настоящее время состоялся и является важнейшим способом ведения предпринимательской деятельности.

Малые и средние предприятия - это 5,6 млн. хозяйствующих субъектов [1], рабочие места для 18 млн. граждан, что составляет почти 25% [2] от

экономически активного населения РФ. Таким образом, каждый четвертый работник в целом по России в настоящее время занят в секторе МСБ.

Необходимо отметить, что возможность расширения занятости в секторе МСБ значительна, так в странах Европейского Союза, основного экономического партнера России, на малый бизнес приходится 70% рабочих мест в экономике. Для сравнения, в РФ только 4,7 процента граждан трудоспособного возраста являются начинающими предпринимателями (данные проекта "Глобальный мониторинг предпринимательства 2014"). В странах БРИКС фиксируется более высокое значение показателя (Бразилия - 17,2 процента, Китай - 15,5 процента, Индия - 6,6 процента, Южно-Африканская Республика - 7 процентов) [1].

В течение последних лет в отношении субъектов малого и среднего бизнеса в РФ было достигнуто главное - понимание значимости состояния и уровня развития МСБ для качественного роста российской экономики, его роли в решении поставленной задачи обеспечения структурной диверсификации и экономического развития страны по инновационному типу, предполагающему создание максимально благоприятных условий для предпринимательской инициативы.

Государственная политика в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства базируется на нескольких законах. Основной – Федеральный закон № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 [3]. Согласно статье 6 данного Федерального закона государственная политика в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации является частью государственной социально-экономической политики и представляет собой совокупность правовых, политических, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер, осуществляемых органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления и направленными

на обеспечение реализации целей и принципов, установленных настоящим Федеральным законом.

При рассмотрении государственной политики по поддержке предпринимательства стоит отметить Указ Президента РФ от 05.06.2015 № 287 «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства», который устанавливает создание акционерного общества «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» [4]. Корпорация МСП осуществляет свою деятельность в качестве института, развития в сфере малого и среднего бизнеса в целях координации оказания субъектам МСБ поддержки, предусмотренной Федеральным законом от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Как мы уже говорили ранее цель данной статьи определить основные мотивы и барьеры мешающие или наоборот стимулирующие молодежь начать свое дело. Основные тенденции можно заметить на примере одного из зарубежных исследований [5]. Данное междисциплинарное исследование было проведено в марте 2013 года в Университете Финансов и Управления в Варшаве (Польша). Авторы пригласили 500 человек принять участие в исследовании, но только ответы 255 потенциальных предпринимателей были учтены при анализе (это те студенты, которые заявляли, что планируют начать свой бизнес в ближайшее время). Исследование было анонимным, что гарантирует честность при ответе на вопросы. Все участники исследования были информированы о цели и объекте исследования.

В целях исследования ими была разработана и составлена анкета. В общем, использовали 28 вопросов в анкете для определения мотивов (н-р, почему они хотят начать свой бизнес?) и барьеров, препятствующих началу бизнеса (н-р, какие факторы мешают вам начать бизнес?). Данная анкета так же содержала вопросы об опыте респондентов в управлении бизнесом (н-р, у вас когда-нибудь было собственное дело?) и будущих планах начать бизнес (н-р, вы думаете о том, чтобы начать своё дело?). Некоторые вопросы были

использованы для сбора информации о хобби респондентов, их социально-демографическом статусе (пол, возраст, место рождения, год обучения и курс). Все вопросы в анкете были закрытыми. От респондентов требовалось выбрать вариант/варианты ответов, с которыми они согласны.

Информация была собрана от 255 потенциальных предпринимателей (студентов, желающих в ближайшее время начать своё дело). Выборка в основном состоит из людей до 25 лет, обучающихся на факультетах политических наук, менеджмента, психологии и информатики. Из них 60% имеют конкретное виденье своей деловой активности. Главными источниками идей для бизнеса выступают хобби (36% респондентов) и профессиональная деятельность (26% респондентов). Меньшее число студентов черпают идеи из их специфических умений и навыков (19% респондентов), из изучаемых предметов (17% респондентов) и из массовых коммуникаций (газеты, телевиденье, радио, интернет – 15% респондентов). Среди респондентов, желающих начать своё дело, значительная часть была осведомлена о необходимости финансовых ресурсов для начала своей деятельности (51%). В их числе доминируют респонденты старшей возрастной группы, обучающиеся на факультете политических наук и имеющих постоянную работу и финансовую независимость. Как бы то ни было, подавляющее число респондентов не имеют необходимости в финансовых ресурсах (85%). К ним относятся в меньшей степени респонденты старше 25 лет, изучающие информатику (35%) и менеджмент (18%). Эти люди финансово независимы и проживают в больших городах (более 50 тысяч жителей). Данным исследованием была раскрыта позитивная черта, заключающаяся в том, что большинство респондентов, не имеющих достаточных финансовых ресурсов, знают где их найти (66%). В их числе преобладают студенты кафедр политических наук и менеджмента. Данные респонденты являются финансово независимыми (79%), обучаются на заочном отделении (71%) и имеют постоянное место работы (69%). Данные респонденты утверждают, что знают рынок, на котором они работают (67%).

Респонденты старше 25 лет, обучающиеся на кафедре информатики и менеджмента, демонстрировали осведомленность в изучаемой сфере и в большинстве своем были подобны тем респондентам, которые утверждали необходимость финансовых ресурсов для начала предпринимательской деятельности.

На первом этапе анализа, исследователи попытались определить факторы, которые мотивируют потенциальных предпринимателей начать своё дело. Они нашли три важнейших мотиватора: самореализация и самоудовлетворение (63%), возможность высокого заработка (по сравнению с другими компаниями) (48%) и независимость в принятии решений (30%). Среди менее важных мотиваторов были независимость в действиях (25%), стремление к проверке своих возможностей, утверждение своей ценности (21%) и более высокий социальный статус (5%).

Потенциальные предприниматели признали множество факторов как препятствия. По их мнению, наиболее обременительными препятствиями были недостаток опыта (47%), недостаток капитала (35%), риск провала (потеря вложенного капитала) (26%) и неэффективные и сложные правила и процедуры, связанные с ведением предпринимательской деятельности (21%). Самыми сложными препятствиями среди типов необходимых знаний были признаны гражданское, коммерческое, экономическое и налоговое законодательство (59%), финансовые отчеты, ведение бухгалтерского учета (51%) и правила, касающиеся регистрации и ведения предпринимательской деятельности (45%).

Подводя итог, мы видим, что потенциальный предприниматель подвержен влиянию множества мотивов в процессе принятия решения о том, чтобы начать своё дело. Как мы видим в приведённом выше исследовании, молодежь указывает на множество различных барьеров. Это объясняется тем, что молодые люди часто не имеют опыта, соответствующих знаний или средств для начала предпринимательства, что в итоге вызывает у них чувство неуверенности в собственных силах. Также стоит сказать, что

правительственные учреждения или другие организации, поддерживающие потенциальных предпринимателей, должны учитывать мотивы, которые побуждают потенциальных предпринимателей к началу бизнеса. Организации, помогающие молодым предпринимателям, также должны учитывать барьеры, воспринимаемые отдельно каждым потенциальным предпринимателем. Как показывает вышеуказанное исследование, нехватка средств не всегда является единственным, основным препятствием. В частности, учреждения, предлагающие финансовую помощь предпринимателям, должны помнить об этом. Похоже, что частое распределение этих средств на обучение, программы стажировки и т.д. может быть гораздо лучшим решением, поскольку эти программы позволят молодым предпринимателям приобретать навыки и опыт, необходимые для содействия надлежащему использованию разовой финансовой помощи.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р (ред. от 08.12.2016) <Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года> (вместе с "Планом мероприятий ("дорожной картой") по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года") // Справочная правовая система «Консультант Плюс»;
2. "Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года" (разработан Минэкономразвития России) // Справочная правовая система «Консультант Плюс».
3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" // Справочная правовая система «Консультант Плюс».

4. Указ Президента РФ от 05.06.2015 № 287 "О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства" // Справочная правовая система "Консультант Плюс».
5. Marcin Staniewski & Katarzyna Awruk (2015) Motivating factors and barriers in the commencement of one's own business for potential entrepreneurs, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 28:1, 583-592, DOI: 10.1080/1331677X.2015.1083876.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: Гросс-Медиа, 2009. - 496с.
7. Фромм Э.З. Психоанализ и этика. - М.: АСТ, 1998. - 568с.
8. Иванников В.А. Формирование побуждения к действию // Вопросы психологии. - 1985. - № 3. с. 113-123.
9. Иванников В.А. Проблема воли: история и современность // Проблемы психологии воли. - Рязань, 1991. - 199 с. - с.7-9.
10. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. - СПб: Питер, 2000. - 502с.